COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 29 août 2016

Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en juillet 2016

Près de 20 millions d'internautes sur les sites de Sport pour l'Euro 2016 et le Tour de France

En juillet 2016, 19,9 millions d'individus se sont rendus au moins une fois sur un site de la sous-catégorie « Sport », soit près d'un Français sur 3. En cette période de fin de l'Euro 2016 et de Tour de France, les internautes ont consacré chacun près d'une heure dans le mois à la consultation de ces sites et 13 minutes en moyenne par jour.

Au quotidien, Internet est un relais d'information sur les compétitions sportives. Durant l'Euro 2016, les lendemains des matchs de qualification de la France et le lendemain de la finale ont atteint les audiences les plus élevées dans le mois : le lundi 4 (4 millions de visiteurs uniques), le vendredi 8 (3,9 millions de visiteurs uniques) et un pic à 4,4 millions d'internautes le lundi 11 juillet.

Les hommes CSP+ sont ceux qui ont le plus visité ces sites durant ce mois de compétitions sportives. Ils étaient 4,2 millions à avoir consulté des contenus de sport, soit plus de 3 hommes CSP+ sur 5 (61%).
Les individus de 35 à 49 ans étaient nombreux à suivre ces événements sur les sites spécialisés. Alors qu'ils représentent 24,7% (1 internaute sur 4) de la population internaute, ils composent 31,5% de l'audience de la sous-catégorie.

En juillet 2016, L'Equipe est le site le plus consulté avec plus de 5,8 millions de visiteurs uniques qui se sont rendus chacun en moyenne plus d'une heure sur le site. Arrivent ensuite les sites Eurosport et Orange Sports avec respectivement 2,8 et près de 2,5 millions de visiteurs uniques.

Top 3 des sites de la sous-catégorie « Sport » en juillet 2016

Rang	Brands/*Channels*	Nombre de visiteurs uniques mensuels	Nombre de visiteurs uniques quotidiens	Temps par personne
1	L Equipe - TS ACPM	5 818 000	730 000	1:03:25
2	Eurosport - TS	2 808 000	280 000	0:33:00
3	*Orange Sports - TS ACPM*	2 470 000	281 000	0:16:54

Les channels sont en italique

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juillet 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en juillet 2016

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 133 000
2	Microsoft	34 883 000
3	Facebook	26 351 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	22 085 000
5	Orange	18 323 000
6	Webedia	17 930 000
7	Solocal Group	17 559 000
8	Schibsted	16 348 000
9	Amazon	14 414 000
10	Groupe Lagardere	13 908 000
11	Wikimedia Foundation	13 299 000
12	M6	12 853 000
13	Prisma Media	12 763 000
14	Vivendi	12 654 000
15	Iliad	12 260 000
16	Groupe Auchan	12 250 000
17	Groupe Casino	11 610 000
18	La Poste	11 560 000
19	Groupe Credit Agricole	11 501 000
20	Yahoo	11 385 000
21	Groupe Le Monde	11 295 000
22	Groupe Numericable - SFR	9 698 000
23	francetélévisions	9 694 000
24	eBay	9 309 000
25	Altice Media Group	8 448 000
26	Apple Computer	8 388 000
27	Next Radio TV	8 275 000
28	auFeminin	8 191 000
29	SNCF France	8 066 000
30	Association VideoLAN	8 059 000
31	Ministere de l Education Nationale	7 874 000
32	Groupe TF1	7 630 000
33	Carrefour	7 627 000
34	Gouvernement Francais	7 531 000
35	Groupe Amaury	7 062 000
36	Meteo France	7 043 000
37	Fnac	6 845 000
38	Groupe Le Parisien	6 750 000
39	OTTO	6 520 000
40	Pole Emploi	6 508 000
41	Michelin	6 507 000
42	20 Minutes France	6 191 000
43	Societe Generale	6 054 000
44	Assurance Maladie	6 052 000
45	Kingfisher	5 838 000
46	Twitter	5 808 000
47	Hutchison-Priceline	5 766 000
48	La Redoute	5 538 000
49	Mondadori	5 531 000
50	Tripadvisor	5 430 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juillet 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en juillet 2016

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	39 989 000	14 284 000
2	Facebook	26 183 000	7 953 000
3	YouTube	23 510 000	4 011 000
4	Microsoft	22 184 000	2 664 000
5	Orange - T	17 159 000	4 324 000
6	Skype	16 788 000	3 795 000
7	Leboncoin.fr - TS ACPM	16 317 000	2 362 000
8	Amazon	14 061 000	1 505 000
9	PagesJaunes	13 082 000	966 000
10	Wikipedia	13 045 000	1 262 000
11	Windows Live	12 079 000	1 427 000
12	Free	11 843 000	1 394 000
13	Cdiscount	10 630 000	835 000
14	Yahoo - T	10 210 000	2 071 000
15	France Televisions - TS ACPM	9 670 000	834 000
16	MSN - T	9 628 000	1 865 000
17	Linternaute.com - TS	9 003 000	501 000
18	SFR	8 949 000	1 601 000
19	Le Figaro - TS ACPM	8 713 000	729 000
20	Outlook (Outlook.com)	8 619 000	2 049 000
21	Apple	8 388 000	819 000
22	Bing	8 067 000	1 158 000
23	Videolan	8 059 000	1 035 000
24	CommentCaMarche - TS	7 943 000	434 000
25	Mappy	7 889 000	488 000
26	Blogger	7 741 000	555 000
27	Le Monde - TS ACPM	7 656 000	710 000
28	Credit Agricole	7 564 000	1 236 000
29	Meteo France - TS	7 043 000	764 000
30	Fnac	6 798 000	460 000
31	Le Parisien - TS ACPM	6 750 000	419 000
32	eBay	6 650 000	791 000
33	Pole Emploi	6 463 000	624 000
34	LA POSTE	6 407 000	892 000
35	Voyages-Sncf.com	6 402 000	408 000
36	Dailymotion - TS	6 273 000	395 000
37	20minutes.fr - TS ACPM	6 189 000	508 000
38	AlloCine - TS	6 172 000	432 000
39	OverBlog	6 096 000	351 000
40	Assurance Maladie	6 034 000	462 000
41	ViaMichelin - TS	5 909 000	377 000
42	L Equipe - TS ACPM	5 818 000	730 000
43	Twitter.com	5 778 000	673 000
44	Tele Loisirs - TS ACPM	5 735 000	740 000
45	L Express - TS ACPM	5 572 000	354 000
46	BFM TV - TS ACPM	5 554 000	394 000
47	La Redoute	5 538 000	356 000
48	Le Journal des Femmes - TS	5 514 000	293 000
49	Marmiton - TS	5 430 000	292 000
49	TripAdvisor	5 430 000	310 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juillet 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
Ilellouche-filliau@mediametrie.fr